

LAPORAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN
ANALISIS POLA KOMUNIKASI
DALAM LINGKUNGAN ORGANISASIONAL
PT. JASA RAHARJA (PERSERO) CABANG PEKANBARU

Disusun dan Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Menyelesaikan Tugas-Tugas Akademik dan
Memperoleh Gelar Ahli Madya



OLEH
NURLAILA
NIM. 006572004878

PROGRAM DIPLOMA III MANAJEMEN PERUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2010

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iv

DAFTAR GAMBAR..... vi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Tujuan dan Manfaat Pelaporan 3

C. Metode Pelaporan..... 4

D. Sistematika Penulisan 6

BAB II TELAAH PUSTAKA

A. Pengertian Komunikasi 8

B. Bentuk Dasar Komunikasi 9

C. Jenis-Jenis Komunikasi..... 10

D. Proses Komunikasi..... 11

E. Jaringan Komunikasi 15

F. Peran-Peran Dalam Jaringan Komunikasi 17

G. Pola Komunikasi Organisasional 18

H. Fungsi Komunikasi Organisasional 23

I. Permasalahan-Permasalahan Dalam Komunikasi	24
J. Jalur Komunikasi Saat Ini	25

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat PT Jasa Raharja.....	26
B. Tugas Staff Dan Karyawan	29
C. Prestasi Dan Keunggulan PT. Jasa Raharja.....	34
D. Visi, Misi dan Corporate Image.....	34
E. Struktur Organisasi PT. Jasa Raharja Pekanbaru.....	35

BAB IV HASIL PELAPORAN

A. Pengelolaan Pesan-Pesan Rutin	37
B. Bentuk Komunikasi Organisasional Perusahaan	37
C. Teknik Komunikasi Organisasional Yang Ditetapkan Oleh PT. Jasa Raharja Pekanbaru	39
D. Jalur Komunikasi Organisasional Pada PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Pekanbaru.....	39
E. Optimalisasi Sarana komunikasi	40
F. Pemeliharaan Sarana Komunikasi	40

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	41
B. Saran-saran.....	42

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berkat Kemajuan Teknologi yang demikian cepat, alat – alat Komunikasi pun bertambah maju sehingga interlokal antara Pekanbaru dan Jakarta, Bahkan New York Sekalipun dapat dilakukan dalam waktu yang relatif singkat. Berdasarkan hubungannya dengan kemajuan teknologi dan alat – alat komunikasi ini, ada orang yang menganggap bahwa suatu perusahaan yang telah menggunakan alat- alat komunikasi yang canggih dan muktahir ataupun modern telah melaksanakan komunikasi dengan baik. Pendapat yang demikian sama sekali tidak dapat dibiarkan, sebab meskipun suatu perusahaan itu telah menggunakan alat – alat yang muktahir, belumlah tentu akan menjamin ahwa komunikasi yang ada dalam perusahaan telah dilaksanakn dengan baik, dapt saja terjadi dalam suatu perusahaan yang walaupun telah menggunakan alat – alat komunikasi yang serba modern, namun masih dapat berpotensi untuk terjadinya kesalahan komunikasi didalam lingkungan perusahaan.

Dari hal diatas dapat ditarik kesimpulan, meskipun telah menggunakan alat – alat komunikasi yang mutakhir dan canggih, namun apabila perusahaan tersebut tidak dapat atau tidak mampu menciptakan jalinan pengertian yang baik dalam komunikasi, meskipun menggunakan alt modren ampir tidak ada artinya.

Selanjutnya dapat dikatakan bahwa komunikasi itu tadak hanya penyampaian informasi dan pengertian yang diterima oleh penerima pesan, menurut Rakhmad

(2006 : 9) komunikasi juga dapat membentuk perilaku organisasional yang diharapkan semua fungsionaris organisasi tahu atas tugas pokok, wewenang serta tanggung jawabnya dalam menjalankan roda organisasi.

Komunikasi akan memelihara dan menggerakkan kehidupan kelompok, juga sebagai penggerak untuk menggambarkan aktivitas manusia. Jadi komunikasi yang baik dalam hal ini manajer tingkat menengah dan karyawan pelaksana akan memberikan dampak dan pengaruh terhadap prestasi kerja, semangat kerja atau gairah melakukan pekerjaan dengan lebih giat, sehingga dengan demikian hasil dari pekerjaan yang dilakukan akan lebih baik. Karyawan yang mempunyai semangat kerja yang tinggi akan berdampak terhadap sikap yang mau sepenuhnya memanfaatkan keterampilan, konsentrasi pekerja serta kemampuan – kemampuan lain untuk dapat mengerjakan tugas sebaik – baiknya, sehingga berpengaruh terhadap peningkatan prestasi kerja karyawan itu sendiri. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengambil judul : “ *Analisis Pola Komunikasi Dalam Lingkungan Organisasional PT. Jasa Raharja. (Persero) Cabang Pekanbaru*”.

B. Tujuan Dan Manfaat Pelaporan

Ketika melakukan pelaporan, maka wajarlah pelaporan tersebut memiliki suatu tujuan dan faedah yang berguna bagi orang lain.

1. Tujuan Pelaporan

Berdasarkan analisis yang dilakukan maka, tujuan dari pelaporan ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bentuk atau pola komunikasi karyawan pada PT. Jasa Raharja
- b. Untuk menganalisis langkah – langkah apa saja yang dilakukan PT. Jasa Raharja Dalam meningkatkan komunikasi karyawan.

2. Manfaat Pelaporan

Pelaporan ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut :

- a. Bagi penulis

Sebagai wahana pengamplikasian teori – teori yang telah diperoleh selama studi di perguruan tinggi dengan keadaan nyata didunia kerja.

- b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi bahan pertimbangan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan terkait

- c. Bagi Jurusan Manajemen Perusahaan

Dapat dijadikan pembanding untuk pelaporan dalam tema yang sama dan sebagai bahn informasi untuk laporan selanjutnya, serta memperkaya Ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen perusahaan.

- d. Bagi Praktisi Dan Pihak Lain Yang Terkait

Hasil pelaporan ini menunjukan bagaimanakah bentuk atau pola komunikasi yang diterapkan, serta hasil pelaporan ini juga dapat di jadikan referensi untuk melaksanakan laporan selanjutnya.

C. Metode Pelaporan

1. Lokasi dan Waktu Laporan

Penulis melakukan analisa dan observasi langsung pada PT. Jasa Raharja Pekanbaru, yang berlokasi di jalan Sudirman No.285, yang dimulai dari tanggal 11 juni sampai dengan 30 Agustus 2008.

2. Jenis dan Sumber Data

Dalam penulisan ini jenis data yang penulis gunakan adalah data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Adalah data yang dikumpulkan langsung dari lapangan atau objek pelaporan

b. Data Sekunder

Adalah data yang diterima dalam bentuk jadi dari perusahaan yang dilaporkan, seperti sejumlah perusahaan, struktur organisasi dan aktifitas perusahaan

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Interview

Yaitu cara pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang ada hubungannya dengan pelaporan ini.

b. Obserpasi

Pengumpulan langsung dari tempat magang yang penulis lakukan pada PT.Jasa Raharja Cabang Pekanbaru.

D. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran dan memudahkan pembahasan dalam laporan ini, maka ia akan disajikan sistematika penulisan yang merupakan garis besar dari pelaporan ini. Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membuat latar belakang munculnya ide atau gagasan untuk melakukan laporan dan alasan pemilihan judul, tujuan dan manfaat laporan, serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini merupakan bab yang menyajikan telaah pustaka atau landasan teori yaitu tentang pengertian komunikasi, jenis-jenis komunikasi, bentuk dasar komunikasi, proses komunikasi, jaringan komunikasi, peran dalam jaringan komunikasi, pola komunikasi, teknik pelaksanaan komunikasi secara organisasional.

BAB III : KESIMPULAN

Pada bab ini mengenai memuat sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi serta pembagian tugas dan wewenang.

BAB IV : HASIL PELAPORAN

Pada bab ini dikemukakan data yang berhubungan dengan pelaporan, yaitu mengenai hasil analisis dan temuan-temuan selama observasi.

BAB V : kesimpulan dan saran

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari keseluruhan pembahasan dan saran-saran yang dapat diberikan atas masalah yang ada.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

A. Pengertian Komunikasi

Tidak seorangpun di dunia ini yang hidup sendirian, manusia hidup bersama dan memerlukan manusia lain. Sudah menjadi kodratnya bahwa manusia adalah makhluk sosial, yang hidup bersama manusia lainnya secara berkelompok, dan hidup bersama-sama dengan orang lain yang mana hal itu akan menimbulkan komunikasi (Uchjana, 2000: 15).

Dalam kehidupan modern ini komunikasi memegang peranan yang sangat penting, karena dengan cara komunikasi yang digunakan, maka orang tersebut dapat sukses, tetapi dengan cara komunikasi pula orang dapat gagal dalam mencapai tujuannya (Ruslan, 2003: 18).

Menurut Himstreet dan Baty dalam Business Communication yang dikutip oleh Dewi (26: 2007), komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui suatu sistem yang biasa (lazim), baik dengan simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan. Sedangkan menurut Bove, komunikasi adalah suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan.

Pada umumnya, pengertian komunikasi ini paling tidak melibatkan dua orang atau lebih, dan proses pemindahan pesannya dapat dilakukan dengan menggunakan cara-cara berkomunikasi yang biasa dilakukan seseorang melalui lisan, tulisan, maupun sinyal-sinyal nonverbal (Mulyana, 2007: 32).

B. Bentuk Dasar Komunikasi

Pada dasarnya, ada dua bentuk dasar komunikasi yang lazim digunakan dalam menyampaikan pesan, yaitu komunikasi verbal dan nonverbal. Masing-masing dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang lazim digunakan untuk menyampaikan pesan kepada orang lain, baik secara tertulis (*written*) maupun lisan (*oral*). Bentuk komunikasi ini memiliki struktur yang teratur dan terorganisasi dengan baik, sehingga tujuan penyampaian pesan dapat tercapai dengan baik.

2. Komunikasi Nonverbal

Bentuk komunikasi ini adalah yang paling mendasar. Menurut teori antropologi, sebelum manusia menggunakan kata-kata, mereka telah lebih dahulu menggunakan gerakan-gerakan tubuh atau bahasa tubuh (*body language*) sebagai bentuk alat komunikasi dengan orang lain.

Pada umumnya, bentuk komunikasi nonverbal memiliki sifat yang kurang terstruktur, sehingga membuat komunikasi nonverbal ini sulit dipelajari dan dijelaskan. Komunikasi nonverbal ini juga lebih bersifat spontan dibanding dengan komunikasi verbal dalam penyampaian suatu pesan (Uchjana. 2004: 75).

C. Jenis-Jenis Komunikasi

Di dalam dunia praktis, dikenal berbagai macam jenis komunikasi, antara lain:

1. Komunikasi Antarpribadi (Interpersonal Communication)

Merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami kedua belah pihak dan cenderung lebih fleksibel (luwes) dan informal, dengan pokok bahasan yang lebih variatif. Jenis komunikasi ini umumnya dilakukan didalam suatu keluarga, antar keluarga, antar kerabat, antar tetangga ataupun antar teman sejawat untuk mencapai tujuan tertentu.

2. Komunikasi Lintas Budaya (Cross-Cultural Communications)

Merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan antara dua orang atau lebih, yang masing-masing memiliki budaya yang berbeda karena perbedaan geografis tempat tinggal. Komunikasi ini dapat terjadi pada tingkat antardaerah, antarwilayah, maupun antarnegara.

3. Komunikasi Bisnis (Business Communication)

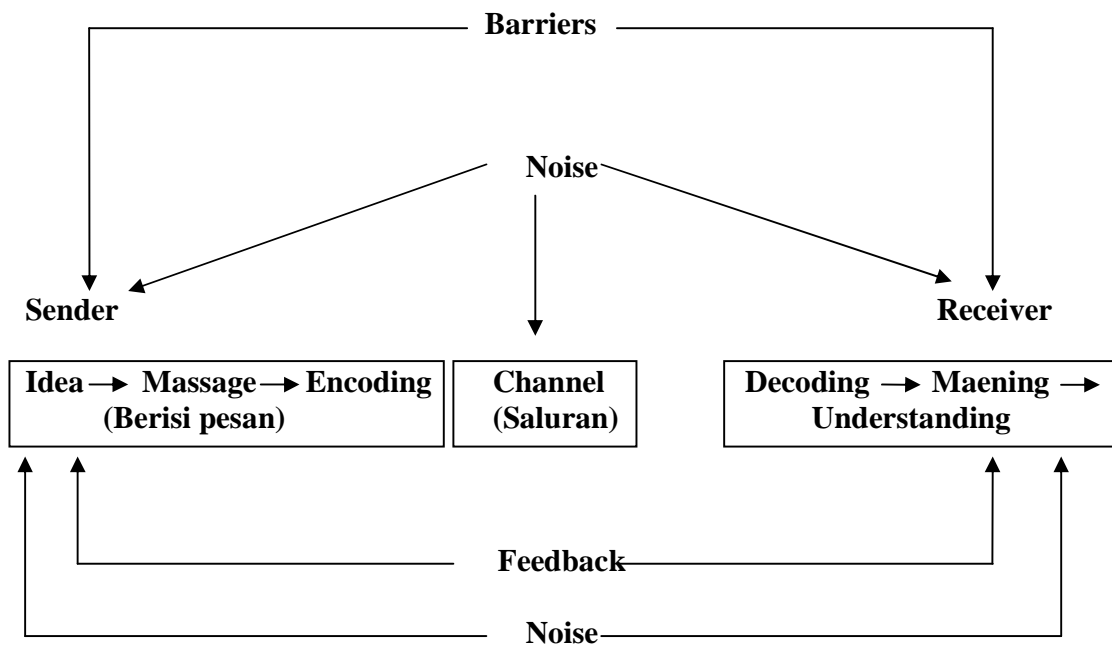
Merupakan komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi, baik komunikasi verbal, maupun nonverbal untuk tujuan tertentu (Dewi, 2007: 37-38).

D. Proses Komunikasi

Menurut Bovee dan Thill yang dikutip oleh Bungin (2005: 40-46), proses komunikasi terdiri dari enam tahap, yaitu:

1. Pengirim memiliki suatu ide atau gagasan
2. Pengirim mengubah ide menjadi sebuah pesan
3. Pengirim menyampaikan pesan
4. Penerima menerima pesan
5. Penerima menafsirkan pesan
6. Penerima memberi tanggapan dan mengirim umpan balik kepada pengirim

Gambar 2.1: Proses Komunikasi



1. Tahap pertama: pengirim memiliki suatu ide atau gagasan.

Sebelum proses penyampaian pesan dapat dilakukan, pengirim pesan harus menyiapkan ide atau gagasan apa yang ingin disampaikan kepada pihak lain.

2. Tahap kedua: pengirim mengubah ide menjadi pesan

Dalam suatu proses komunikasi, tidak semua ide dapat diterima atau dimengerti dengan sempurna. Agar ide dapat diterima dan dimengerti secara sempurna, pengirim harus memperhatikan subjek (apa yang ingin disampaikan), maksud atau tujuan, audiens (penerima pesan), gaya personal, dan latar belakang budaya.

3. Tahap ketiga: pengirim menyampaikan pesan (*encoding*)

Setelah mengubah ide kedalam suatu pesan, tahap berikutnya adalah memindahkan atau menyampaikan pesan melalui berbagai saluran yang ada kepada si penerima pesan.

4. Tahap keempat: penerima menerima pesan (*decoding*)

Komunikasi akan terjalin bila pengirim (komunikator) mengirimkan suatu pesan dan penerima (komunikasi) menerima pesan tersebut.

5. Tahap kelima: penerima menafsirkan pesan (*meaning and understanding*)

Setelah penerima menerima suatu pesan, tahap berikutnya adalah bagaimana ia dapat menafsirkan pesan. Suatu pesan yang disampaikan ke pengirim harus mudah dimengerti dan tersimpan didalam benak pikiran si penerima, selanjutnya suatu pesan baru dapat ditafsirkan secara benar bila penerima memahami isi pesan sebagaimana yang dimaksud oleh pengirim.

6. Tahap keenam: pengirim memberi tanggapan dan umpan balik ke pengirim (*feedback*)

Umpan balik (*feedback*) adalah penghubung akhir dalam suatu mata rantai komunikasi. Umpan balik tersebut berupa tanggapan penerima pesan yang memungkinkan pengirim menilai efektifitas suatu pesan.

Noise adalah gangguan dalam komunikasi, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar yang dapat mengganggu pengirim pesan (*sender*), saluran komunikasi (*channel*), maupun penerima pesan (*receiver*).

Barriers adalah penghalang yang membuat kesulitan seseorang dalam berkomunikasi, bukan dikarenakan gangguan dari luar, tetapi lebih berasal dari dalam yang melekat pada pengirim atau penerima, sehingga komunikasi menjadi tidak efektif. Penghalang-penghalang itu antara lain:

1. Persepsi selektif, yaitu pihak penerima hanya memperhatikan beberapa bagian saja dari informasi yang diperoleh yang dipandang menarik, bukannya seluruh informasi yang disampaikan pada waktu berkomunikasi.
2. Emosi, seperti misalnya sedang sakit, marah, susah, tidak senang, atau sejenisnya, pada pengirim atau penerima pesan yang menyebabkan komunikasi tidak efektif.
3. Bahasa yang digunakan oleh salah satu atau kedua belah pihak tidak dipahami atau kurang dipahami.
4. Kurangnya kemampuan indera pada pengirim atau penerima pesan, yaitu indera penglihatan, pendengaran dan perasaan.
5. Perbedaan status.
6. Tanda-tanda nonverbal yang tidak mudah di-interpretasikan.
7. Perbuatan filtering dari pihak pengirim, yaitu pesan yang dimanipulasi sedemikian rupa dengan maksud supaya penerima senang, yang malah membuat pesan menjadi tidak jelas bagi si penerima (Tika, 2000: 152).

E. Jaringan Komunikasi

Jaringan komunikasi menggambarkan bagaimana orang-orang dalam suatu kelompok terkait satu sama lain, baik secara langsung atau tidak terkait dan tidak terlepas-lepas atau tidak ada yang terisolasi (Rakhmat, 2001: 133).

Adapun tipe jaringan komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Jaringan Rantai

Dalam jaringan ini meskipun seluruh anggota terkait, tetapi yang dua orang ditepi berkomunikasi hanya dengan seorang saja, sedangkan yang tiga orang lainnya masing-masing berhubungan dengan dua orang.

2. Jaringan Huruf Y

Dalam jaringan ini, tiga orang masing-masing berhubungan dengan satu orang, satu orang berhubungan dengan tiga orang, dan hanya satu orang yang berhubungan dengan dua orang.

3. Jaringan Huruf X

Dalam jaringan ini, empat orang masing-masing berhubungan dengan satu orang (yang di tengah), dan hanya satu orang yang ditengah itu yang berhubungan dengan empat orang lainnya.

4. Jaringan Roda

Satu orang berkomunikasi dengan empat orang, sedangkan yang empat orang lainnya masing-masing berkomunikasi dengan tiga orang.

5. Jaringan lingkaran

Masing-masing berkomunikasi dengan dua orang saja, dan semua lima orang tersebut membentuk lingkaran.

6. Jaringan Koneksi Lengkap

Pada jaringan ini masing-masing anggota berkomunikasi dengan seluruh anggota lainnya.

F. Peran-Peran dalam Jaringan Komunikasi

Menurut Nasution (2000: 77-78) ada empat peran dalam jaringan komunikasi yaitu:

1. **Gatekeeper**, yaitu seseorang yang dalam jaringan komunikasi mengendalikan komunikasi itu, dalam arti orang yang mau berhubungan dengan orang lain dalam jaringan tersebut harus melewati orang tersebut. Contohnya adalah operator telepon, resepsionis, sekretaris direksi dan satpam yang jaga dipintu masuk.
2. **Opinion leader**, yaitu seseorang yang secara informal mempengaruhi pendapat, sikap, dan perilaku orang lain dalam jaringan komunikasi.
3. **Liaison**, adalah seseorang yang menjadi penghubung antara dua atau lebih klik (*clique*).
4. **Boundary spanner**, merupakan seseorang yang dalam organisasi berkomunikasi dengan pihak luar atau dengan lingkungan, disebabkan oleh

desain organisasinya, seperti *salesman*, *public relation*, petugas pembali, pengantar surat keluar, dan sebagainya.

G. Pola Komunikasi Organisasional

Meskipun semua organisasi harus melakukan komunikasi dengan berbagai pihak dalam mencapai tujuannya, akan tetapi pendekatan yang digunakan antara satu organisasi dengan organisasi lain terkadang berbeda, hal ini tergantung kepada skala besar atau kecilnya perusahaan (Cangara, 2006: 113).

Menurut Nurudin (2007, 43-46) secara umum pola komunikasi dapat dibedakan menjadi saluran komunikasi formal dan saluran komunikasi nonformal.

1. Saluran Komunikasi Formal

Dalam struktur organisasi garis, fungsional maupun matriks, akan tampak berbagai macam posisi atau kedudukan masing-masing sesuai dengan batas tanggung jawab dan wewenangnya. Dalam kaitannya dengan proses penyampaian informasi dari manajer ke bawahan atau dari manajer ke karyawan terdapat beberapa bentuk atau pola komunikasi yang digunakan, yaitu:

a. Komunikasi dari atas ke bawah

Secara sederhana, transformasi informasi dari manajer dalam semua level ke bawahan merupakan komunikasi dari atas ke bawah (*top down* atau *down ward communication*). Aliran komunikasi ini umumnya terkait dengan tanggung jawab dan kewenangannya dalam suatu organisasi, dengan tujuan untuk menyampaikan informasi, mengarahkan, mengkoordinasikan,

memotivasi, memimpin dan mengendalikan berbagai kegiatan yang ada di level bawah.

Komunikasi dari atas ke bawah dapat berbentuk lisan yang berupa percakapan biasa, wawancara formal, atau dapat juga berbentuk pertemuan atau diskusi, serta bentuk komunikasi tertulis yang umumnya berbentuk memo, manual pelatihan, surat tugas, surat perintah, papan pengumuman dan buku petunjuk pelaksanaan tugas bagi karyawan.

Salah satu kelemahan dari jenis komunikasi ini adalah kemungkinan terjadinya penyaringan ataupun sensor informasi penting yang ditujukan kepada bawahan. Dengan kata lain informasi yang diterima karyawan bisa tidak selengkap informasi aslinya, yang dapat disebabkan oleh panjangnya jalur komunikasi mulai dari manajer puncak hingga ke karyawan.

b. Komunikasi dari bawah ke atas

Dalam struktur organisasi, komunikasi dari bawah ke atas (*bottom-up* atau *upward communication*) berarti alur pesan yang disampaikan berasal dari bawah (karyawan) menuju atas (manajer). Pada umumnya komunikasi dari bawah ke atas ini berupa laporan atau informasi tentang kinerja atau prestasi karyawan.

Kelemahan dari pola komunikasi ini biasanya adalah kemungkinan bawahan hanya menyampaikan informasi yang baik-baik saja dan menutupi informasi negatif ataupun kegagalan yang terjadi.

c. Komunikasi horizontal

Komunikasi horizontal ini juga sering disebut dengan komunikasi lateral, yang mana komunikasi ini merupakan komunikasi yang terjadi antara bagian-bagian yang memiliki posisi sejajar atau sederajat dalam organisasi. Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk melakukan persuasi, mempengaruhi, dan memberi informasi kepada bagian atau departemen yang memiliki kedudukan sejajar.

d. Komunikasi diagonal

Bentuk komunikasi ini merupakan bentuk komunikasi yang agak berbeda dari bentuk komunikasi sebelumnya. Komunikasi diagonal ini melibatkan komunikasi antara dua level organisasi yang berbeda, contohnya adalah komunikasi formal antara manajer pemasaran dengan bagian pabrik, antara manajer produksi dengan bagian promosi, antara manajer keuangan dengan bagian penelitian dan lain-lain.

Bentuk komunikasi ini memiliki beberapa keuntungan, antara lain:

1. Penyebaran informasi bisa lebih cepat daripada bentuk komunikasi tradisional.
2. Memungkinkan individu dari berbagai bagian atau departemen membantu menyelesaikan masalah dalam organisasi.

Namun komunikasi ini juga memiliki kelemahan, salah satu kelemahannya adalah bahwa komunikasi diagonal dapat mengganggu jalur komunikasi yang rutin dan telah berjalan normal. Disamping itu, komunikasi diagonal dalam suatu organisasi besar juga sulit dikendalikan secara efektif.

e. Keterbatasan komunikasi formal

Meskipun sangat penting bagi organisasi besar, namun dampak saluran komunikasi formal kurang menguntungkan dari sudut pandang individual maupun perusahaan.

Dilihat dari sudut pandang individual, komunikasi formal sering membuat frustrasi atau menjengkelkan bagi pihak tertentu, khususnya mengenai keterbatasan untuk masuk dalam proses pengambilan keputusan, selain itu dalam organisasi besar dalam melakukan komunikasi kepada manajer puncak harus melalui banyak jalur lapisan manajer yang ada dibawahnya.

Sedangkan dari sudut pandang perusahaan, masalah terbesar dengan saluran komunikasi formal adalah kemungkinan munculnya distorsi atau gangguan dalam penyampaian informasi ke level yang lebih tinggi, karena setiap keterkaitan dalam jalur komunikasi berpotensi menimbulkan kesalahpahaman.

Adapun cara mengatasi permasalahan ini adalah dengan mengurangi jumlah tingkatan (level) dalam struktur organisasi, semakin sedikit kaitan dalam jalur komunikasi maka semakin sedikit pula potensi terjadinya gangguan ataupun kesalahpahaman.

2. Saluran Komunikasi Nonformal

Dalam jaringan komunikasi nonformal, orang-orang yang ada dalam suatu organisasi, tanpa memperdulikan jenjang hieraki, pangkat dan kedudukan dapat berkomunikasi secara luas. Meskipun perbincangan yang dilakukan biasanya bersifat

umum; seperti obrolan tentang humor, keluarga, olahraga ataupun mengenai situasi kerja yang ada di dalam organisasinya.

Komunikasi ini nonformal dapat menjadi sumber informasi utama bagi kebanyakan orang, bahkan mereka lebih percaya pada informasi atau rumor yang didapat dari komunikasi ini sebagai sumber informasi dalam satu organisasi dibandingkan dengan informasi yang didapat dari para manajer (Haryatmoko, 2000: 70).

H. Fungsi Komunikasi Organisasional

Menurut Robins (392-393: 2006), komunikasi organisasional adalah bentuk komunikasi yang berfokus pada jaringan formal dan mekanisme dengan bantuan peralatan untuk memudahkan komunikasi, dengan fungsi-fungsi sebagai berikut:

Komunikasi mengendalikan perilaku anggota dengan beberapa cara, dimana setiap organisasi memiliki hierarki wewenang dan garis panduan formal yang harus dipatuhi karyawan:

1. Komunikasi memperkuat motivasi dengan menjelaskan kepada karyawan apa yang harus dilakukan, seberapa baik mereka bekerja, dan apa yang dapat mereka lakukan untuk memperbaiki kinerja yang di bawah standar.
2. Bagi banyak karyawan, kelompok kerja mereka merupakan sumber pertama untuk melakukan interaksi sosial, sehingga komunikasi dalam kelompok menjadi suatu mekanisme fundamental, dimana anggotanya menunjukkan

kekecewaan ataupun kepuasan. Oleh karena itu, komunikasi memfasilitasi pelepasan ungkapan emosi, perasaan dan pemenuhan hubungan sosial.

3. Komunikasi memberikan informasi yang dibutuhkan individu dan hak untuk mengambil keputusan melalui penyampaian data guna mengenal dan mengevaluasi pilihan-pilihan alternatif.

I. Permasalahan-Permasalahan dalam Komunikasi

Dalam komunikasi terdapat beberapa faktor penghambat yang dapat mengganggu jalannya kegiatan komunikasi. Masalah tersebut dapat dikelompokkan ke dalam empat masalah utama yang dapat dijelaskan secara lebih rinci sebagai berikut:

1. Permasalahan dalam Mengembangkan pesan

Sumber masalah potensial dalam mengembangkan suatu pesan adalah dalam menformulasikan suatu pesan. Masalah dalam mengembangkan suatu pesan dapat mencakup antara lain munculnya keragu-raguan tentang isi pesan, kurang terbiasa dengan situasi yang ada, adanya pertentangan emosional, atau kesulitan dalam mengekspresikan ide atau gagasan.

2. Permasalahan dalam Menyampaikan Pesan

Komunikasi dapat juga terganggu karena munculnya masalah penyampaian pesan dari pengirim ke penerima. Masalah yang paling jelas adalah faktor fisik pada sarana atau media komunikasi yang digunakan dalam kegiatan komunikasi.

3. Permasalahan dalam Menerima Pesan

Sebagaimana halnya dengan penyampaian pesan, menerima pesan pun tidak luput dari masalah. Masalah yang muncul dalam menerima suatu pesan antara lain, adanya persaingan antara penglihatan dengan suara, masalah dari keadaan si penerima pesan, seperti sakit dan kondisi prasarana yang tidak baik.

4. Permasalahan dalam Menafsirkan Pesan

Meskipun suatu pesan mungkin hilang selama proses penyampaian pesan, namun masalah terbesar terletak pada mata rantai terakhir, adalah saat pesan ditafsirkan oleh si penerima pesan. Perbedaan latar belakang, perbedaan bahasa, dan pernyataan emosional dapat menimbulkan munculnya kesalahpahaman antara pemberi dan penerima pesan.

J. Jalur Komunikasi Saat Ini

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini telah mencapai hasil yang mengagumkan serta memberikan kemudahan bagi manusia untuk berinteraksi melalui berbagai sarana yang telah disediakan. Adapun jalur komunikasi elektrik yang tersedia saat ini adalah:

1. *PSTN (Public Switch Telephone Network)*, yang meliputi telepon, telex, telepon umum dan genggam.
2. Jalur *Multimedia*, yang meliputi *internet* dan *telesevice*.
3. *Mobile-net*, yang meliputi seluler phone, *cordles*, dan *global mobile personal communication service by satellite*.

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat PT. Jasa Raharja

PT. Jasa Raharja didirikan berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 08 Tahun 1965 tanggal 1 Januari 1965, dengan nama Perusahaan Negara Asuransi Kerugian (PNAK) Jasa Raharja. Perusahaan ini mempunyai tugas khusus yaitu:

1. Mengelola pelaksanaan Undang-undang No.33 tahun 1964 juncto Peraturan Pemerintah No. 17 tahun 1965 tentang Dana pertanggungungan Wajib kecelakaan Penumpang.
2. Mengelola pelaksanaan Undang-undang No. 34 tahun 1964 juncto Peraturan pemerintah No. 18 Tahun 1965 tentang Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan.

Pada perkembangan selanjutnya PNAK Jasa Raharja Mengalami beberapa perubahan status, yaitu:

1. Perubahan status Jasa Raharja dari Perusahaan Negara (PN) menjadi Perusahaan Umum (Perum) Dilakukan sejak tanggal 18 November 1970 sesuai dengan keputusan Menteri Keuangan RI. Dimana Perusahaan ini mempunyai usaha di dalam negeri, khususnya dalam lapangan asuransi tanggung jawab kendaraan bermotor dan asuransi kecelakaan penumpang.
2. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 39 tahun 1980 tanggal 6 November 1980 status Jasa Raharja dialihkan dari Perusahaan Umum (Perum) menjadi perusahaan Perseroan (Persero).

- . Pendirian perusahaan dilaksanakan dihadapan notaris Imas Fatimah, SH di Jakarta dengan akte No. 49 tanggal 28 Februari 1981 yang selanjutnya diubah dengan akte No. 25 tanggal 7 maret 1982 oleh notaris yang sama kemudian berdasarkan Keputusan Rapat Umum luar biasa pemegang saham tanggal 18 April 1984, anggaran dasar perusahaan mengalami perubahan yang dilaksanakan dihadapan notaris Achmad Basumi, SH di Jakarta dengan akte No. 214 tanggal 29 Agustus 1984 dan perubahan terakhir dengan akte notaris Imas Fatimah, No. 36 tanggal 16 Februari 1985.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 2 tahun 1992 tanggal 11 Februari 1992 tentang Usaha Perasuransian dengan Peraturan Pemerintahan Nomor 73 tahun 1992 tanggal 30 Oktober 1992 tentang Penyelenggaraan Usaha Perasuransian sesuai dengan pasal 33 dinyatakan bahwa Perusahaan asuransi yang menyelenggarakan Program Asuransi Sosial dilarang menyelenggarakan program asuransi lain selain program sosial.

Selanjutnya sesuai dengan Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor 223/kmk.017/1993 tanggal 26 Februari 1993 tentang Perinzinan Usaha Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Asuransi pada pasal 15 ayat 5 menetapkan bahwa perubahan asuransi yang telah menyelenggarakan program asuransi sosial sebelum ditetapkannya keputusan tersebut wajib menghitungkan penutupan pertanggungan yang bukan program asuransi sosial selambat-lambatnya pada tanggal 31 December 1993.

Sejalan dengan ketentuan tersebut di atas maka perusahaan sebagai penyelenggara program asuransi sosial, terhitung mulai tanggal 1 Januari 1994 telah menyesuaikan kegiatan usaha yakni hanya melaksanakan program asuransi sosial berdasarkan Undang-undang Nomor 33 tahun 1964 tentang Dana pertanggungan Wajib kecelakaan Penumpang dan Undang-undang Nomor 34 tahun 1964 tentang Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan.

Dengan demikian sesuai dengan ketentuan yang termasuk dalam undang-undang Nomor 2 tahun 1992 beserta peraturan pelaksanaannya, maka kegiatan usaha yang dijalankan perusahaan adalah sebagai berikut :

- a. Asuransi kecelakaan penumpang umum bagaimana diatur di dalam Undang-undang No. 33 tahun 1964. Merupakan iuran wajib bagi tiap penumpang yang sah dari kendaraan bermotor umum dengan trayek ke luar kota (antara lain, bis, coltdiesel), kereta api, kapal laut milik perusahaan pelayaran nasional, kapal sungai, klotok danau, penyebrangan, serta pesawat udara milik perusahaan nasional dengan tujuan pemberian ganti rugi santunan kepada penumpang yang mengalami kecelakaan akibat alat angkutan yang bersangkutan.
- b. Asuransi kecelakaan lalu lintas jalan sebagaimana diatur di dalam Undang-undang No.34 tahun 1964. Merupakan sumbangan wajib dari para pemilik kendaraan bermotor dengan tujuan memberikan jaminan kepada koban yang ditimbulkan oleh kendaraan yang bersangkutan.

B. Tugas Staf dan Karyawan

Dari bentuk susunan organisasinya dapat dilihat, bahwa struktur organisasi yang ada di PT. Jasa Raharja (Persero) merupakan struktur organisasi line (garis). Pada struktur organisasi bentuk ini rangkai kekuasaan atau wewenang dari atas langsung ke bawah atau sebaliknya dari bawah langsung ke atas dalam bentuk pertanggungjawaban pekerjaan.

Struktur organisasi merupakan pengorganisasian yang dilakukan agar proses penentuan, pengelompokan dan pengaturan bermacam-macam aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan dan menempatkan orang-orang pada setiap aktivitas, menyediakan alat-alat yang diperlukan, menetapkan wewenang yang secara relatif didelegasikan kepada setiap individu yang melaksanakan aktivitas tersebut.

Dalam pencapaian tujuan dan sasaran maksimal di PT. Jasa Raharja (Persero), maka dibutuhkan kerjasama dan pembagian tugas dan wewenang dari masing-masing bagian unsur pendukungnya. Pembagian tugas dan wewenang di PT. Jasa Raharja (Persero) ini antara lain :

I. Tugas Dan Wewenang Kepala Cabang .

1. Memimpin penyusunan rencana/ program anggaran cabang yang dipimpin.
2. Mengadakan penyuluhan yang sifatnya strategis
3. Memimpin, motivasi dan membina pegawai bawahan
4. Mengendalikan peyelenggaraan pungutan/pemasaran iuran wajib dan sumbangan wajib di kantor cabang yang dipimpinnya.

II. Tugas Sub Bagian Operasional Iuran Wajib Dan Sumbangan Wajib.

1. Sub Bagian Operasional iuran wajib dan sumbangan wajib bertanggung

jawab atas :

- a. Kelancaran dan ketertiban pelaksanaan pekerjaan serta pengamatan sumber daya manusia di dalam lingkungan unit kedai.
- b. Pelaksanaan pungutan.
- c. Pelaksanaan hasil administrasi pungutan.

2. Wewenang

- a. Mengatur dan mengembangkan SDM.
- b. Menilai kontribusi pegawai.
- c. Melaksanakan pungutan.
- d. Mengusulkan bentuk dan sistem laporan yang efektif.

3. Tugas-tugas pokok

- a. SDM di dalam lingkungan unit kedai yang dipimpinnya.
- b. Pelaksanaan pungutan serta penanganan pemasaran.
- c. Pembuatan laporan.

3. Tugas Sub Bagian Pelayanan Santunan

1. Tanggung jawab

- a. Kelancaran dan ketertiban pelaksanaan pekerjaan unit kerja yang dipimpin.
- b. Pemeriksaan dan penelitian berkas klaim.
- c. Mengatur dan mengembangkan SDM.
- d. Menilai Kontribusi pegawai bawahannya.
- e. Merekomendasikan status pegawai.
- a. Meminta kelengkapan atas persyaratan pengajuan klaim.
- b. Mengusulkan, menyetujui dan atau menolak pengajuan klaim.
- c. Melakukan survey atas berkas klaim.
- d. Melakukan koordinasi dengan unit bagian lainnya.

2. Tugas-tugas pokok

- a. Kelancaran dan ketertiban pelaksanaan pekerjaan serta pengamatan SDM di dalam dan di luar lingkungan unit yang dipimpinnya.
- b. Pemeriksaan dan penelitian berkas klaim.

4. Tugas Sub Bagian Umum

1. Tanggung jawab

- a. Kelancaran dan ketertiban pelaksanaan pekerjaan serta pengamatan SDM di dalam dan di luar lingkungan unit kedai yang dipimpinnya.
- b. Pengadaan material produksi dan investasi.
- c. Pemeliharaan barang-barang investasi.

2. Wewenang

- a. Mengatur dan mengembangkan SDM serta menggunakan alat sarana fisik yang berada di bawah pimpinannya sejauh dalam usaha memenuhi tanggung jawabnya.
- b. Menilai kontribusi pegawai bawahannya.
- c. Merekomendasikan status pegawai bawahannya kepada atasan langsung.
- d. Mengatur penggunaan kendaraan dinas
- e. Menentukan jumlah dan saat pengadaan material produksi umum dan barang investasi yang dibutuhkan cabang.

3. Tugas-tugas pokok

- a. Kelancaran dan ketertiban pelaksanaan pekerjaan serta pengamatan SDM di dalam dan di lingkungan unit kerja yang dipimpinnya.
- b. Pengadaan material produksi umum dan investasi.
- c. Penguasaan barang-barang.

- d. Pemeliharaan barang-barang.

4. Tugas Sub Bagian SDM

1. Tanggung jawab

- a. Kelancaran dan ketertiban pelaksanaan pekerjaan serta pengamatan SDM di dalam dan di luar lingkungan unit kerja.
- b. Pelaksanaan kesejahteraan pegawai.
- c. Terlaksananya administrasi SDM.

2. Wewenang

- a. Mengatur mengembangkan SDM serta menggunakan alat / sarana fisik yang berada di bawah pimpinannya sejauh dalam usaha memenuhi tanggung jawabnya.
- b. Menilai kontribusi dan merekomendasikan status pegawai.
- c. Memastikan penggantian biaya perawatan sebatas yang ditentukan.

3. Tugas-tugas pokok

- a. Kelancaran dan ketertiban pelaksanaan pekerjaan serta pengamatan SDM di dalam dan di luar unit kerja.
- b. Pelaksanaan kesejahteraan pegawai.
- c. Terlaksananya administrasi SDM.

C. Prestasi Dan Keunggulan PT. Jasa Raharja

Adapun prestasi dan keunggulan yang telah diraih PT. Jasa Raharja, adalah :

1. Memperoleh sertifikat ISO 9001:2000 sebagai pengakuan bahwa sistem administrasi pelayanan santunan telah mendapat standar internasional.
2. Kecepatan pembayaran santunan untuk korban meninggal dunia di TKP, PT. Jasa Raharja Cabang Riau rata-rata 7 hari telah membayarkan santunannya kepada ahliwaris korban.

D. Visi, Misi dan Coorporate Image

1. Visi

Menjadi perusahaan yang terkemuka di bidang asuransi dengan mengutamakan penyelenggaraan program asuransi sosial dan asuransi wajib sejalan dengan kebutuhan masyarakat

2. Misi Catur Bakti Eka Karsa Jasa Raharja

- a. Bakti kepada masyarakat dengan mengutamakan perlindungan dasar dan pelayanan prima sejalan dengan kebutuhan masyarakat.
- b. Bakti kepada negara dengan mewujudkan kinerja terbaik sebagai penyelenggara program asuransi sosial dan asuransi wajib serta sebagai BUMN.
- c. Bakti kepada perusahaan dengan mewujudkan kesinambungan agar tercapainya produktifitas serta optimalisasi demi

kesinambungan perusahaan

- d. Bakti kepada lingkungan dan mempertahankan potensi sumber daya bagi keseimbangan dan kesejahteraan lingkungan

3. Moto Perusahaan :

**"UTAMA DALAM PERLINDUNGAN PRIMA
DALAM PELAYANAN"**

4. Kebijakan Mutu.

Menerapkan sistem kerja terpadu dengan mengutamakan mutu terbaik sebagai budaya kerja.

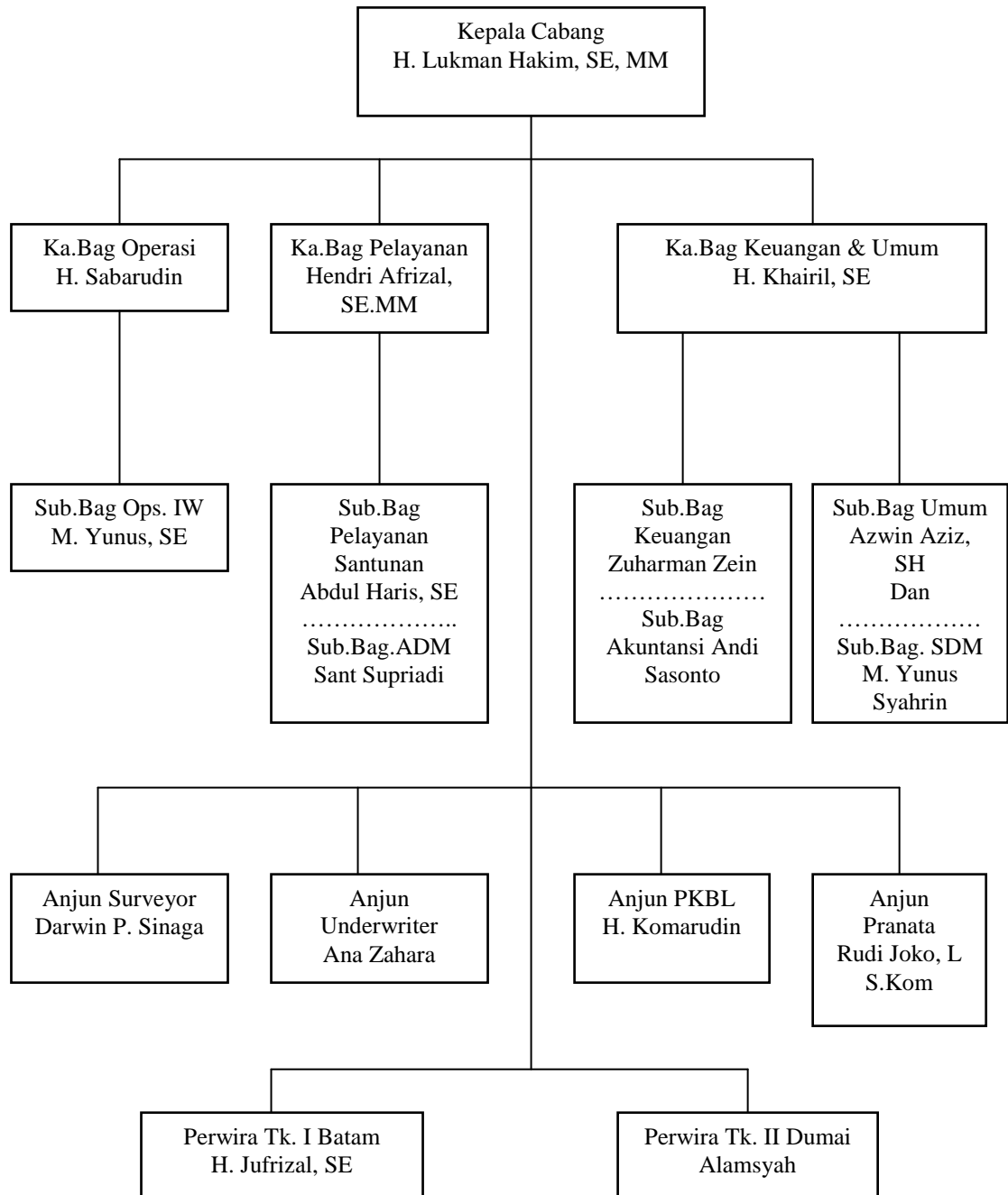
E. Struktur Organisasi PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Pekanbaru

Struktur organisasi di suatu perusahaan berguna untuk pedoman kerja atau tugas, wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing individu yang ada di dalam lingkup PT. Jasa Raharja (Persero).

Struktur Organisasi yang baik merupakan salah satu alat untuk mempermudah koordinasi dan komunikasi, serta pengawasan atas semua aktivitas dari tenaga kerja untuk mencapai tujuan perusahaan secara efektif dan efisien.

Kejelasan struktur organisasi biasanya digambarkan dalam suatu bagan organisasi berupa kotak-kotak dan disusun menurut kedudukan atau jabatan dari masing-masing fungsi. Bagan ini juga dihubungkan oleh garis-garis yang berfungsi menghubungkan kedudukan atau jabatan yang satu dengan kedudukan atau jabatan lain yang disebut garis saluran wewenang. Untuk lebih jelasnya struktur organisasi serta saluran wewenang pada PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Pekanbaru dapat dilihat pada gambar berikut.

**Gambar 3.1: Struktur Organisasi PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang
Pekanbaru**



BAB IV

PELAPORAN DAN PEMBAHASAN

Perusahaan yang mampu melaksanakan komunikasi dengan baik di dalam lingkungan organisasionalnya, maka perusahaan tersebut akan mendapatkan berbagai manfaat seperti kelancaran tugas yang dapat terjamin, kemampuan meningkatkan partisipasi dan pengawasan dengan lebih baik, yang pada akhirnya dapat meningkatkan semangat kerja karyawan yang akan berdampak positif terhadap prestasi kerja karyawan itu sendiri, sehingga tujuan yang ingin dicapai perusahaan akan lebih mudah terwujud.

Adapun hal-hal yang dilakukan PT. Jasa Raharja dalam membentuk komunikasi yang baik terhadap 17 karyawan yang ada di dalam organisasinya, adalah dengan cara :

A. Pengelolaan Pesan-Pesan Rutin

Dalam hal pengelolaan dan penanganan pesan-pesan yang bersifat rutin, PT. Jasa Raharja melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Penentuan skala prioritas pesan, baik tertulis maupun lisan

Pesan-pesan yang diterima oleh level manajer disesuaikan dengan keadaan informasi yang dibutuhkan.

2. Pengurangan jumlah memo yang berlebihan dan tidak penting Pengurangan jumlah memo dengan melakukan komunikasi secara lisan dalam penyampaian informasi.
3. Melakukan efektifitas dan efisiensi rapat atau pertemuan
Setiap pertemuan dilakukan secara efektif dan efisien menurut temuan masalah atau kendala yang dihadapi.
4. Pemberian instruksi yang jelas
Informasi khusus maupun umum yang disampaikan selalu jelas, baik secara lisan maupun tulisan.
5. Penetapan batasan tugas maupun wewenang staff dan karyawan demi menjamin kelancaran kegiatan perusahaan serta untuk mengurangi timbulnya kesalahpahaman dalam komunikasi antar level karyawan atau manajer, maka PT. Jasa Raharja menetapkan batasan-batasan tugas dan wewenang masing-masing staff maupun karyawan.

B. Bentuk Komunikasi Organisasional Pada PT. Jasa Raharja Pekanbaru

Dalam menjalankan kegiatan organisasinya, PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru menerapkan bentuk komunikasi formal serta mengaplikasikan jenis jaringan interkoneksi dalam pola komunikasi sehari-hari di dalam lingkungan perusahaan dengan sedikit tingkatan organisasi untuk mengurangi potensi distorsi yang terjadi.

C. Teknik Komunikasi Organisasional Yang Ditetapkan Oleh PT. Jasa Raharja Pekanbaru

Untuk mendapatkan kualitas komunikasi yang baik, maka ada beberapa teknik komunikasi yang diterapkan oleh PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Pekanbaru, yaitu :

1. Penetapan batasan subjek dan tujuan terhadap jenis informasi terhadap komunikasi yang dilakukan
2. Penetapan bahwa semua informasi yang diberikan harus berhubungan dengan subjek dan tujuan
3. Pengelompokan ide-ide yang kemudian disajikan dengan cara yang logis
4. Dalam setiap kegiatan komunikasi, setiap informasi yang penting harus sudah tercakup

D. Jalur Komunikasi Organisasional Pada PT. Jasa Raharja Pekanbaru

Untuk mempermudah jalur komunikasi dalam rangkaian organisasinya, maka PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Pekanbaru menggunakan bentuk struktur organisasi line (garis). Pada struktur organisasi bentuk ini, rangkai kekuasaan atau wewenang dari atas langsung ke bawah atau sebaliknya dari bawah langsung ke atas dalam bentuk pertanggungjawaban pekerjaan. Agar proses penentuan, pengelompokan dan pengaturan bermacam-macam aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan dan menempatkan orang-orang pada setiap aktivitas, menyediakan

alat-alat yang diperlukan, menetapkan wewenang yang secara relatif didelegasikan kepada setiap individu yang melaksanakan aktivitas tersebut.

E. Optimalisasi Sarana komunikasi

Dalam menjalankan aktivitas perusahaan, setiap informasi umum yang ada akan disampaikan melalui media atau sarana komunikasi yang tersedia, melalui pengumuman pada loud speaker dan papan pengumuman atau informasi.

F. Pemeliharaan Sarana Komunikasi

Setiap sarana komunikasi yang terdapat pada PT. Jasa Raharja selalu mendapatkan pemeliharaan rutin dan pengecekan kelayakan alat-alat komunikasi tersebut yang dilakukan dua kali dalam satu tahun. Apabila peralatan komunikasi yang ada perlu diganti, maka akan segera diganti agar komunikasi internal maupun eksternal perusahaan tidak terganggu.

G. Pemeliharaan Komunikasi Organisasi

Agar tercipta dan terjaganya keharmonisan dan komunikasi yang baik antarpersonal di dalam lingkungan perusahaan, maka PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Pekanbaru selalu mengadakan agenda acara kekeluargaan antar karyawan, kegiatan ini diadakan setiap hari-hari besar setiap tahunnya, selain itu juga diadakan kegiatan Outbound setiap akhir semester atau dua kali dalam setahun.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Komunikasi yang berjalan efektif akan berpengaruh positif terhadap kelancaran aktifitas perusahaan. Hubungan komunikasi yang baik antar level manajer, antar manajer dan karyawan, dan antar sesama karyawan merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Untuk menciptakan dan menjaga kondisi, serta kualitas komunikasi yang baik di dalam lingkungan organisasionalnya, maka PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Pekanbaru menerapkan hal-hal sebagai berikut :

1. Pengelolaan pesan-pesan rutin
2. Penerapan bentuk dan jalur komunikasi yang efektif dan efisien
3. Teknik komunikasi organisasional yang ditetapkan oleh PT. Jasa Raharja Pekanbaru
4. Pemeliharaan sarana komunikasi
5. Optimalisasi sarana komunikasi
6. Penerapan agenda acara kekeluargaan antar karyawan untuk memelihara komunikasi yang baik diantara karyawan

B. Saran

Dari hasil observasi atau pengamatan yang telah dilakukan pada PT. Jasa Raharja Cabang (Persero) Pekanbaru, komunikasi di dalam organisasi perusahaan telah berjalan dengan baik. Saran yang dapat penulis berikan adalah agar perusahaan tetap dapat menjaga dan mempertahankan kondisi komunikasi organisasional yang telah tercipta dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2005. *Teori-Teori Komunikasi*. Kencana. Jakarta.
- Cangara, Hafield. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Dewi, Diana . 2007. *Perilaku Organisasional*. Bumi Aksara. Yogyakarta.
- Direksi PT. Jasa Raharja. 2004. *Manual Administrasi Bidang Pelayanan*. Jakarta.
- Haryatmoko, Agung . 2000. *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mulyana. 2007. *Perilaku Organisasi*. Rosda. Jakarta.
- Nasution, Zulkarnaen. 2000. *Komunikasi Organisasi*. Citra Aditya. Yogyakarta.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Organisasi*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Rakhmat, Jalaludin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi Cet.IX*. Rosda. Jakarta.
- _____. 2006. *Pengantar Komunikasi Organisasi*. Rosda. Jakarta.
- Robins, P. Stephen. 2006. *Perilaku Organisasi*. PT. Indeks. Jakarta.
- Ruslan, Efendi . 2003. *Teori-Teori Komunikasi*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Tika, Pabundu. 2000. *Perilaku Organisasi*. Bumi Aksara. Yogyakarta.
- Uchjana, Ujang. 2000. *Pengantar Komunikasi Organisasi*. Andi Offset. Yogyakarta.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Proses Komunikasi	12
Gambar 3.1 : Struktur Organisasi PT. Jasa Raharja (Persero)	
Cabang Pekanbaru	36